

*О.Н. Гапоненко, аспирант**Белорусский государственный экономический университет*

Мебельное производство является лидирующим среди других отраслей лесопромышленного комплекса. Современный уровень развития мебельной промышленности позволяет рассматривать ее не только в рамках лесопромышленного комплекса, но и в системе народнохозяйственного комплекса. Использование материалов из дерева имеет тенденцию к сокращению, а использование ламинированных плит (МДФ, ДСП), металла, стекла, пластика – растет. Данный факт позволяет говорить о мебельной промышленности, как об отрасли, обладающей мультипликативным эффектом. Кроме лесопромышленного комплекса мебельная промышленность затрагивает машиностроительный комплекс; производство стекла, зеркал, металлической фурнитуры; химическую промышленность; текстильное и кожевенное производство.

С точки зрения товара мебель представляет собой товар длительного пользования. Часто такие товары могут требовать использования методов персональных продаж, предоставления послепродажного сервисного и гарантийного обслуживания, но и прибыль от продажи таких товаров более высокая [1, с.233].

Следующие характеристики рынков товаров длительного пользования в полной мере применимы к рынку мебели: 1)Сложный цикл производства и высокое влияние технологий; 2)Длительный период вывода на рынок новых моделей; 3)Высокие требования к качеству; 4)Необходимость гарантийного и послегарантийного обслуживания; 5)Конкуренция рынков новых и поддержанных товаров; 6)Продолжительный период выбора и совершения покупки потребителем; 7)Моральный износ товаров длительного пользования [2, с.38].

На сегодняшний день в нашей стране основное влияние на ход развития рынка мебели оказывают уровень доходов населения, наметившееся изменение стандартов жизни, положительная динамика в улучшении жилищных условий.

Так, ввод в действие общей площади жилых домов постоянно растет: в 2005 году он составил 3 785, в 2006 – 4 087,5, в 2007 – 4 665,1, в 2008 – 5 102,2 и в 2009 – 5 814,2 тыс. м². Вместе с тем целесообразно было бы привести и данные о реальных располагаемых денежных доходах населения. В процентах к предыдущему году их порядок таков: в 2005 году – 118,1; в 2006 – 115,9; в 2007 – 113,1; в 2008 – 111,8 и в 2009 – 103,8 [4, с.220].

С одной стороны рост ввода нового жилья в эксплуатацию, и с другой стороны снижение реальных доходов населения могут накладывать противоречивый отпечаток на развитие мебельного рынка.

Можно отметить, что рост ввода в действие жилых домов вызван не столько ростом доходов населения, сколько проведением государственной политики кредитования для нуждающейся в жилье части населения, строительством социального жилья, где основную часть затрат берет на себя государство.

Соответственно сложно говорить о возможном всплеске роста спроса на мебель в связи с ростом строящегося жилья. Пока еще для населения нашей страны характерен наследственный способ пользования мебельной продукцией, не менее широко развит и вторичный рынок мебели. Тем не менее, в соответствии со статистическими данными о потребительских расходах домашних хозяйств на покупку мебели, в процентах к предыдущему году (в 2005 – 6,5; в 2006 – 7,4; в 2007 – 8,7; в 2008 – 8,2; в 2009 – 8,0% [3, с.182]) можно отметить, что рост потребительских расходов на мебель значительно вырос и даже его незначительное падение (с учетом мирового кризиса в экономике!) в последние годы может говорить о том, что население готово тратить свои доходы на мебельную продукцию. Можно рассчитывать на положительную динамику в данном направлении и в будущем, так как начало выхода мировой экономики из кризиса положено.

Итак, после изучения и проведенного анализа мебельного рынка Республики Беларусь, мировой экономической ситуации и исследования мебели как товарной категории можно сделать следующие выводы:

1. мебельное производство оказалось под влиянием мирового экономического кризиса 2008-2009 годов;
2. развитие мебельного рынка напрямую зависит от доходов населения;

3. мебельная индустрия тесно связана со строительством и введением в эксплуатацию нового жилья;
4. на производство мебели оказывает влияние частота проведения ремонтов и соответственно обновления мебели в квартирах;
5. в Беларуси до сих пор сильны традиции потребления мебели (хорошо развит вторичный рынок);
6. мебель представляет собой типичный товар длительного потребления и предварительного выбора;
7. при исследовании мебельного рынка необходимо изучение потребительского спроса и предпочтений на отдельные товарные группы (корпусная мебель, кухни, мягкая мебель и т.д.);
8. необходимо проведение оценки конкурентоспособности отдельных видов мебели.

Список использованных источников

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х.Анн; под общ. Ред. Г.Л. Багиева. – М.: ЗАО «Издательство “Экономика”», 2001. – 718 с.
2. Шафранов, В.В. Исследование и прогнозирование рынка мебели / В.В. Шафранов // Маркетинг. – 2006. – № 4. – С. 38 – 48
3. Промышленность Республики Беларусь: статистический сборник./ Национальный статистический комитет Республики Беларусь; [редколлегия: В.Г. Михно (председатель) и др.]. – Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2009. – 280 с.
4. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь. Social conditions and living standards of population in the Republic of Belarus: статистический сборник./ Национальный статистический комитет Республики Беларусь; [редколлегия: Е.И. Кухаревич (председатель) и др.]. - Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2010. – 357 с.